N° 63F0002XIF au catalogue — N° 48
ISSN: 1707-6242
ISBN: 0-662-75493-X

Document de recherche

Série d'études analytiques — Division des industries de service

Stratégies des petits et moyens fournisseurs de service Internet (FSI)

par Alexander Nikolaev and Don Little

Division des industries de service
Immeuble Jean-Talon, 10e étage, Ottawa, K1A 0T6

Téléphone: 1 800 263-1136

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Division des industries de service, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-0410; télécopier : (613) 951-6696; courriel : servicesind@statcan.ca).

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Renseignements concernant le Programme des services de dépôt	1 800 700-1033
Télécopieur pour le Programme des services de dépôt	1 800 889-9734
Renseignements par courriel	infostats@statcan.ca
Site Web	www.statcan.ca

Renseignements pour accéder au produit

Le produit nº 63F0002XIF au catalogue est disponible gratuitement. Pour obtenir un exemplaire, il suffit de visiter notre site Web à www.statcan.ca et de choisir la rubrique Nos produits et services.

Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136. Les normes de service sont aussi publiées dans le site www.statcan.ca sous À propos de Statistique Canada > Offrir des services aux Canadiens.

Statistique Canada
Division des industries de service

Stratégies des petits et moyens fournisseurs de service Internet (FSI)

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2005

Tous droits réservés. Le contenu de la présente publication peut être reproduit, en tout ou en partie, et par quelque moyen que ce soit, sans autre permission de Statistique Canada sous réserve que la reproduction soit effectuée uniquement à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé destiné aux journaux, et/ou à des fins non commerciales. Statistique Canada doit être cité comme suit : Source (ou « Adapté de », s'il y a lieu) : Statistique Canada, nom du produit, numéro au catalogue, volume et numéro, période de référence et page(s). Autrement, il est interdit de reproduire quelque contenu de la présente publication, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, ou de le transmettre sous quelque forme et par quelque moyen que ce soit, reproduction électronique, mécanique, photographique, pour quelque fin que ce soit, sans l'autorisation écrite préalable des Services d'octroi de licences, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Octobre 2005

Nº 63F0002XIF nº 48 au catalogue
ISSN : 1707-6242
ISBN : 0-662-75493-X

Périodicité : hors série

Ottawa

This publication is available in English upon request (catalogue no. 63F0002XIE)

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Stratégies des petits et moyens fournisseurs de service Internet (FSI)

par Alexander Nikolaev et Don Little
Division des industries de service
Contact : serviceind@statcan.ca

Introduction

Avec la popularité grandissante d'Internet, quelle concurrence les entreprises se livrent-elles pour répondre à cette demande croissante? En 2002, les Canadiens[1] ont continué d'utiliser de plus en plus Internet, mais à un rythme moins rapide. Par conséquent, bien que le secteur des fournisseurs de services Internet (FSI) ait poursuivi son expansion, il a également connu un ralentissement de sa croissance[2].

L'éclatement de la bulle économique a entraîné plus de réalisme au sujet du potentiel d'Internet et a provoqué une nouvelle vague de concurrence et de consolidation dans le secteur. Néanmoins, bien que leur part du marché glisse[3], les petites et moyennes entreprises (définies aux fins de la présente étude comme les entreprises ayant des revenus d'exploitation inférieurs à 10 millions de dollars en 2000) constituent et de loin plus de 90 % des FSI recensés dans l'*Enquête annuelle sur les fournisseurs de services Internet et les autres services connexes de Statistique Canada* en 2000, 2001 et 2002.

L'étude

Cette étude examine ce qui différencie les petits et moyens FSI à croissance rapide de ceux à croissance plus lente. Plus spécifiquement, elle s'attarde aux stratégies qui ont été utilisées par les entreprises à croissance rapide et lente de 2000 à 2002, ainsi que les coûts et les avantages qui en ont découlé. L'étude compare la production de recettes, la structure des dépenses, les options de connectivité et les facteurs faisant obstacle à la croissance pour les deux types d'entreprises. Les résultats sont fondés sur les données pour les petits et moyens FSI de l'*Enquête annuelle sur les fournisseurs de services Internet et les autres services connexes* recueillies en 2000 et en 2002[4]. Au total, ces entreprises ont enregistré une augmentation de 28,8 % de leurs revenus d'exploitation de 2000 à 2002. Les entreprises ont été divisées en deux groupes selon le taux de croissance de leurs revenus d'exploitation de 2000 à 2002 : le groupe à croissance plus rapide représentait 36 % des entreprises dont la progression a été supérieure au taux de croissance de 28,8 % obtenu pour l'ensemble des entreprises, tandis que le groupe à croissance plus lente constituait 64 % des entreprises dont le taux de croissance avait été inférieur à 28,8 % au cours des deux années.

Expansion rapide – pertes à court terme

Bien que l'entreprise moyenne du groupe à croissance plus rapide ait fonctionné à perte au cours de la période de deux ans (tout comme l'ensemble du secteur[5]), ses revenus d'exploitation ont augmenté de 71,4 % de 2000 à 2002, comparativement à une baisse de 3,1 % pour les entreprises

à croissance plus lente (tableau 1). Toutefois, les entreprises à croissance plus lente ont également réduit leurs dépenses d'exploitation de 3,5 %, leur permettant d'atteindre le seuil de rentabilité en 2002, après des pertes minimes en 2000.

Dans l'ensemble, il semble que les entreprises à croissance plus rapide aient concentré leurs efforts sur l'augmentation de leur part de marché, quitte à dépenser davantage et à sacrifier les profits immédiats. Les entreprises à croissance plus lente ont plutôt semblé poursuivre une stratégie commerciale plus traditionnelle consistant à faire de l'argent *maintenant* ou, à tout le moins, à ne pas en perdre.

Tableau 1. Rendement des entreprises à croissance rapide et à croissance lente

	Entreprises à croissance plus rapide		Entreprises à croissance plus lente	
	2000	2002	2000	2002
Revenus d'exploitation moyens	1 453 336 $	2 490 465 $	1 108 752 $	1 073 895 $
Taux de croissance des revenus d'exploitation (2000 à 2002)		71,4 %		-3,1 %
Dépenses d'exploitation moyennes	1 527 710 $	2 728 315 $	1 111 804 $	1 073 376 $
Taux de croissance des dépenses d'exploitation (2000 à 2002)		78,6 %		-3,5 %
Marge d'exploitation	-5,1 %	-9,6 %	-0,3 %	0,0 %

Comme les gros intervenants dans les télécommunications et la câblodistribution du secteur disposent d'une infrastructure pour des services à haute vitesse et offrent fréquemment un accès à large bande souvent presque au prix d'un accès par ligne commutée, ils ont rendu la concurrence tarifaire plus difficile pour les autres FSI. C'est une des raisons qui explique pourquoi, pour les petits et moyens FSI, il est important de savoir ce qui distingue les entreprises prospères de celles qui accusent un retard.

Toutefois, la question de ce qui constitue une entreprise « prospère » reste ouverte, parce qu'il faut voir si c'est la stratégie de croissance plus rapide ou la stratégie de rentabilité accrue qui produira un plus grand nombre de FSI gagnants à long terme, particulièrement à une époque où de plus en plus de Canadiens désirent un accès Internet à haute vitesse.

Concentration versus diversification

Sur le plan stratégique, un élément qui différencie les entreprises à croissance plus rapide de celles à croissance plus lente est que les premières sont restées axées sur leur activité principale, l'accès Internet, tandis que les secondes ont diversifié davantage leurs activités.

En 2002, les entreprises à croissance plus rapide ont tiré environ un quart de leurs revenus d'exploitation d'activités non reliées à la PSI, soit environ la même proportion qu'en 2000. Toutefois, dans le cas des entreprises à croissance plus lente, cette proportion a connu un bond de

19 % à 28 % imputable principalement à la diversification dans la conception de systèmes informatiques, l'hébergement de sites Web ainsi que la vente, la location et l'entretien de matériel informatique (tableau 2).

Tableau 2. Proportion des revenus gagnés par type de service

	Entreprises à croissance plus rapide		Entreprises à croissance plus lente	
	2000	2002	2000	2002
Prestation de services Internet (PSI) et de services connexes :				
Accès Internet – bande étroite (64 kbit/s ou moins)	50,2 %	38,1 %	61,1 %	40,2 %
Accès Internet – large bande (plus de 64 kbit/s)	20,8 %	33,2 %	10,1 %	26,2 %
Autres services connexes	4,5 %	2,6 %	9,4 %	6,1 %
Total partiel pour la PSI et les services connexes :	**75,5 %**	**74,0 %**	**80,6 %**	**72,4 %**
Services non reliés à la PSI :				
Conception de systèmes informatiques	5,0 %	9,4 %	6,3 %	10,3 %
Hébergement de sites Web	7,7 %	6,6 %	6,4 %	10,1 %
Traitement de données et services connexes	0,8 %	5,2 %	1,9 %	2,4 %
Vente, location et entretien de matériel informatique	3,8 %	4,6 %	2,8 %	4,1 %
Autres services	7,2 %	0,3 %	1,9 %	0,7 %
Total partiel pour les services non reliés à la PSI	**24,5 %**	**26,0 %**	**19,4 %**	**27,6 %**
Total des revenus d'exploitation :	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Néanmoins, l'augmentation absolue des revenus non reliés à la PSI des entreprises à croissance plus lente n'a pas compensé la chute de leurs revenus tirés de la prestation de services Internet, et leur marge d'exploitation est restée stable en raison surtout d'une réduction encore plus marquée des dépenses d'exploitation. Même si la diversification peut avoir aidé ces entreprises à survivre, elle ne les a pas rendues rentables.

Bien que les entreprises à croissance plus rapide aient accordé davantage d'importance au traitement de données et à la conception des systèmes informatiques [6], elles ont eu tendance à se concentrer sur leurs activités principales de PSI. En valeur absolue (voir le tableau 3), plus de 70 % des revenus d'exploitation qu'elles ont ajoutés de 2000 à 2002 provenaient de la prestation de services Internet, et la majorité de cette croissance était imputable à la prestation de services Internet à large bande[7], qui deviennent rapidement le mode d'accès le plus populaire à Internet. Fait intéressant, les entreprises à croissance rapide ont également accru les revenus tirés de la prestation de services Internet à bande étroite d'environ un tiers au cours des deux années. Autrement dit, même si la majorité de leur croissance provient des services à large bande, ces entreprises ont continué à cultiver leur clientèle traditionnelle, les usagers du réseau commuté.

Une dichotomie différente entre les revenus provenant des services à bande étroite et à large bande s'est produite dans le cas des FSI à croissance plus lente. Bien qu'ils aient plus que doublé les revenus issus des services à large bande au cours des deux années, les revenus tirés des services à bande étroite ont diminué de 36 %. Cette baisse, jointe à une réduction semblable des

revenus obtenus des autres services connexes, s'est traduite par une diminution globale de 13 % du flot de revenus tirés de l'activité principale, malgré la croissance des revenus provenant des services à large bande.

Tableau 3. Revenus gagnés par type de service

	Entreprises à croissance plus rapide			Entreprises à croissance plus lente		
	(en millions de $)				(en millions de $)	
	2000	2002	Croissance	2000	2002	Croissance
Prestation de services Internet (PSI) et de services connexes :						
Accès Internet – bande étroite (64 kbit/s ou moins)	23,4	30,4	30,1 %	37,9	24,2	-36,3 %
Accès Internet – large bande (plus de 64 kbit/s)	9,7	26,5	174,5 %	6,3	15,8	150,4 %
Autres services connexes	2,1	2,1	-1,6 %	5,8	3,6	-37,5 %
Total pour la PSI et les services connexes :	**35,1**	**58,9**	**67,9 %**	**50,1**	**43,6**	**-13,0 %**
Services non reliés à la PSI :						
Conception de systèmes informatiques	2,3	7,5	225,7 %	3,9	6,2	57,4 %
Hébergement de sites Web	3,6	5,3	46,3 %	4,0	6,1	52,6 %
Traitement de données et services connexes	0,4	4,1	1 004,7 %	1,2	1,4	18,2 %
Vente, location et entretien de matériel informatique	1,8	3,6	103,1 %	1,7	2,5	40,6 %
Autres services	3,3	0,2	-93,3 %	1,2	0,4	-62,7 %
Total pour les services non reliés à la PSI	**11,4**	**20,8**	**81,9 %**	**12,0**	**16,6**	**37,8 %**
Total des revenus d'exploitation :	46,5	79,7	71,4 %	62,1	60,1	-3,1 %

Dépenses et croissance

La section des dépenses d'exploitation des états financiers de ces deux groupes donne plus d'indications sur ce qui distingue les entreprises à croissance plus rapide de celles à croissance plus lente. Dans leurs efforts de croissance, les entreprises à croissance plus rapide ont fait exploser leurs dépenses de 79 %, avec une hausse des dépenses en chiffres absolus dans toutes les catégories de dépenses importantes (tableau 4).

Tableau 4. Dépenses par type

	Entreprises à croissance plus rapide			Entreprises à croissance plus lente		
	(en millions de $)				(en millions de $)	
	2000	2002	croissance	2000	2002	croissance
Salaires, traitements et avantages sociaux (y compris les services de l'extérieur et les employés contractuels)	18,1	30,6	69,1 %	20,1	20,1	-0,2 %
Télécommunications (y compris les frais pour la ligne en amont, la ligne commutée et le matériel, le téléphone et les télécommunications)	14,1	29,5	109,3 %	18,9	18,9	-0,2 %
Amortissement et dépréciation	3,1	6,3	103,1 %	4,4	4,2	-5,3 %
Matériel informatique, logiciels et fournitures de bureau achetés pour l'entreprise	2,2	2,4	9,8 %	3,3	1,6	-52,2 %
Matériel informatique et logiciels achetés pour la revente	1,4	2,2	60,4 %	1,2	3,8	208,4 %
Marketing (y compris la publicité, la promotion des ventes ainsi que les frais de déplacement et de représentation)	1,7	2,1	26,7 %	2,7	1,5	-43,5 %
Assurances, intérêts, frais de gestion, redevances et taxes	1,6	3,3	99,4 %	3,8	2,8	-26,0 %
Frais d'occupation (y compris la location à court ou à long terme et les services publics)	1,8	2,6	44,9 %	2,5	2,6	5,2 %
Autres dépenses d'exploitation	4,9	8,3	68,6 %	5,3	4,6	-12,8 %
Total des revenus d'exploitation :	48,9	87,3	78,6 %	62,3	60,1	-3,5 %

Allant de pair avec l'essor de leurs revenus provenant de la PSI, les dépenses reliées aux télécommunications des entreprises à croissance rapide, qui comprennent la location des lignes en amont ainsi que les frais pour les lignes commutées et la matériel, ont plus que doublé entre 2000 et 2002. Par conséquent, les frais de télécommunications ont également augmenté (de 29 % à 34 %) par rapport à l'ensemble de leurs dépenses d'exploitation, rattrapant presque le poste traditionnellement le plus coûteux de l'état des revenus d'un FSI – les salaires, traitements et avantages sociaux (tableau 5).

Leur amortissement ayant doublé au cours des deux années, les entreprises à croissance plus rapide ont également semblé augmenter leurs dépenses en immobilisations entre 2000 et 2002 afin d'appuyer leur stratégie d'expansion.

Tableau 5. Proportion des dépenses par type

	Entreprises à croissance plus rapide		Entreprises à croissance plus lente	
	2000	2002	2000	2002
Salaires, traitements et avantages sociaux (y compris les services de l'extérieur et les employés contractuels)	37,0 %	35,1 %	32,3 %	33,4 %
Télécommunications (y compris les frais pour la ligne en amont, la ligne commutée et le matériel, le téléphone et les télécommunications)	28,9 %	33,8 %	30,4 %	31,5 %
Amortissement et dépréciation	6,3 %	7,2 %	7,1 %	7,0 %
Matériel informatique, logiciels et fournitures de bureau achetés pour l'entreprise	4,4 %	2,7 %	5,3 %	2,6 %
Matériel informatique et logiciels achetés pour la revente	2,8 %	2,5 %	2,0 %	6,3 %
Marketing (y compris la publicité, la promotion des ventes ainsi que les frais de déplacement et de représentation)	3,4 %	2,4 %	4,3 %	2,5 %
Assurances, intérêts, frais de gestion, redevances et taxes	3,4 %	3,7 %	6,1 %	4,7 %
Frais d'occupation (y compris la location à court ou à long terme et les services publics)	3,7 %	3,0 %	4,0 %	4,3 %
Autres dépenses d'exploitation	10,0 %	9,5 %	8,5 %	7,7 %
	78,6 %			
Total des dépenses d'exploitation :	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Entre-temps, le tableau 4 indique que, en valeur absolue, les entreprises à croissance plus lente ont réduit leurs coûts dans la plupart des catégories de dépenses. Font exception les frais d'occupation, essentiels pour rester en affaires, ainsi que le matériel informatique et les logiciels achetés pour la revente, qui sont devenus plus importants pour ces entreprises diversifiées. En particulier, elles ont abaissé leurs dépenses au chapitre du matériel informatique, des logiciels et des fournitures de bureau achetés pour l'entreprise de 52 %. Elles ont également diminué leurs frais de marketing, ce qui a sans doute modéré la croissance de leurs revenus. De même, l'amortissement et la dépréciation ont légèrement baissé au cours de la même période, indiquant un ralentissement des nouvelles immobilisations faites par ce groupe.

Dans l'ensemble, les tendances des dépenses sont conformes aux stratégies apparentes d'expansion accélérée du groupe à croissance rapide, et de rentabilité pour celles à croissance plus lente. Il est logique de penser que la stratégie d'expansion peut se révéler fructueuse à long terme pour les FSI qui deviennent rentables. Toutefois, pour certains petits et moyens FSI, l'approche de la « rentabilité de survie » à court terme constituait peut-être la seule option possible.

Croissance des abonnés

Un autre facteur important qui différencie les FSI à croissance rapide de ceux à croissance plus lente est leur recherche dynamique de nouveaux abonnés. Le nombre de nouveaux abonnés par entreprise à croissance plus rapide a augmenté d'environ un quart de 2000 à 2002, tandis que la clientèle des entreprises à croissance plus lente a chuté d'environ un tiers (tableau 6).

Tableau 6. Nombre d'abonnés

	Entreprises à croissance plus rapide			Entreprises à croissance plus lente		
	2000	2002	Taux de croissance	2000	2002	Taux de croissance
Nombre moyen d'abonnés	6 436	7 982	24 %	4 312	2 901	-33 %
Revenu d'accès Internet annuel moyen par abonné	273 $	264 $	-3 %	252 $	278 $	10 %

Cette différence peut découler en partie de l'importance accrue accordée par les entreprises à croissance plus rapide au marketing. Le tableau 4 indique que, de 2000 à 2002, elles ont augmenté leurs dépenses de marketing de 27 %, comparativement à une réduction de 44 % pour les entreprises à croissance plus lente.

De plus, dans une tentative d'expansion de leur clientèle, il semble que les entreprises à croissance plus rapide aient également proposé des réductions de prix pour leurs services Internet. Bien qu'offrant plus de services à large bande, qui ont tendance à être plus coûteux, leur revenu d'accès Internet moyen par abonné a diminué de 3 % de 2000 à 2002. Cette stratégie de tarification, tout en attirant plus de clients, a aussi fort probablement contribué à faire gonfler les pertes d'exploitation subies par les FSI à croissance rapide en 2002.

À l'opposé, les entreprises à croissance plus lente ont augmenté leur revenu d'accès moyen par abonné de 10 % de 2000 à 2002. Si cette hausse peut avoir aidé les FSI à croissance plus lente à éviter ou à réduire au minimum les pertes d'exploitation, elle peut également avoir contribué au rétrécissement de 33 % de leur clientèle.

Les entreprises à croissance plus lente sont également parvenues à desservir un plus grand nombre de clients d'affaires (tableaux 7 et 8), malgré la réduction des revenus provenant des ménages et des clients du secteur public. Le fait que les entreprises aient tendance à être des clients à marge supérieure a contribué sans doute à l'augmentation du revenu d'accès moyen par abonné des entreprises à croissance plus lente. Un autre facteur de cette hausse a été la progression de la prestation de services à large bande par les entreprises à croissance plus lente, aux dépens des services à bande étroite.

Tableau 7. Revenus d'exploitation gagnés par type de client

	Entreprises à croissance plus rapide			Entreprises à croissance plus lente		
	2000	2002	Taux de croissance	2000	2002	Taux de croissance
Particuliers et ménages	23,7 M$	41,6 M$	75,6 %	38,2 M$	36,1 M$	-5,4 %
Institutions publiques et gouvernement	4,4 M$	5,9 M$	33,9 %	6,9 M$	4,0 M$	-41,5 %
Ensemble des entreprises	18,3 M$	29,8 M$	62,6 %	14,5 M$	18,7 M$	28,6 %
Clients à l'extérieur du Canada	0,1 M$	2,4 M$	2 282,8 %	2,5 M$	1,3 M$	-47,6 %
Total des revenus d'exploitation :	46,5 M$	79,7 M$	71,4 %	62,1 M$	60,1 M$	-3,1 %

Tableau 8. Proportion des revenus d'exploitation gagnés par type de client

	Entreprises à croissance plus rapide		Entreprises à croissance plus lente	
	2000	2002	2000	2002
Particuliers et ménages	50,9 %	52,2 %	61,5 %	60,1 %
Institutions publiques et gouvernement	9,4 %	7,4 %	11,1 %	6,7 %
Ensemble des entreprises	39,4 %	37,4 %	23,4 %	31,0 %
Clients à l'extérieur du Canada	0,2 %	3,0 %	4,0 %	2,2 %
Total des revenus d'exploitation :	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Facteurs faisant obstacle à la croissance

L'*Enquête annuelle sur les fournisseurs de services Internet et les autres services connexes* a également demandé aux FSI ce qu'ils croyaient être des obstacles possibles à leur croissance. Certains de ces obstacles possibles, tels que le manque de sécurité ou de confidentialité en ligne et l'incapacité d'attirer ou de garder du personnel qualifié, ont été perçus par très peu d'entreprises de chaque groupe comme pouvant nuire considérablement à leur croissance[8] (tableau 9).

Toutefois, comme nous l'avons mentionné précédemment, les entreprises des deux groupes s'efforçaient de concurrencer les gros intervenants des industries de la câblodistribution et des télécommunications. Par conséquent, il n'est pas surprenant que les deux groupes aient mentionné la concurrence comme obstacle nuisant le plus à leur croissance. Près de 60 % de tous les FSI ont mentionné la concurrence en 2000. En 2002, ce pourcentage avait bondi à 75 %. En plus de devoir concurrencer des intervenants plus importants, la concurrence peut également être devenue plus vive en 2002 en raison de la saturation du marché découlant du ralentissement récent de la croissance des services Internet.

Tableau 9. Proportion des FSI percevant divers facteurs comme des obstacles importants à la croissance

Obstacles à la croissance (par ordre d'importance pour les FSI à croissance lente en 2002)	Entreprises à croissance plus rapide		Entreprises à croissance plus lente	
	2000	2002	2000	2002
Concurrence	55 %	75 %	60 %	75 %
Coût des lignes louées en amont	39 %	45 %	54 %	66 %
Coût des lignes commutées	30 %	33 %	46 %	60 %
Délais dans l'obtention d'installations des compagnies de téléphone ou de câble	36 %	30 %	44 %	42 %
Accès au financement	45 %	33 %	59 %	39 %
Accès aux marchés	23 %	37 %	21 %	34 %
Délais dans l'obtention d'installations des fournisseurs du réseau de base	18 %	13 %	30 %	32 %
Manque de personnel qualifié	18 %	10 %	23 %	23 %
Capacité d'attirer du personnel qualifié	18 %	27 %	17 %	23 %
Capacité de garder du personnel qualifié	14 %	13 %	17 %	20 %
Sécurité concernant les données et les transmissions	9 %	7 %	13 %	14 %
Manque de sécurité en ligne	9 %	3 %	13 %	11 %
Manque de confidentialité en ligne	0 %	3 %	4 %	11 %

Le coût de location des lignes en amont des entreprises de télécommunications a constitué une préoccupation incessante pour les entreprises des deux groupes, et près de la moitié des entreprises à croissance plus lente ont indiqué que les délais imposés par les entreprises de télécommunications ont constitué un obstacle important à leur croissance.

En 2000, de nombreux FSI des deux groupes ont également considéré l'accès au financement comme un facteur nuisant à leur croissance, mais, en 2002, cette préoccupation n'était pas aussi évidente. Il se peut que les entreprises à croissance rapide aient été en mesure d'obtenir le financement nécessaire à leur expansion après 2000, tandis que certaines entreprises à croissance plus lente se soient tournées vers d'autres priorités et vers « l'autofinancement » grâce aux meilleures marges bénéficiaires obtenues.

En 2002, les entreprises à croissance lente ont été près de deux fois plus nombreuses que les entreprises à croissance rapide à mentionner que le coût des lignes commutées et du matériel constituait un obstacle important à leur croissance. Le fait que ce type de coût soit habituellement amorti par des économies d'échelle peut expliquer pourquoi les entreprises à croissance plus rapide ne l'aient pas considéré aussi important.

Sommaire

La grande majorité des fournisseurs de services Internet au Canada sont constitués de petites et moyennes entreprises qui s'efforcent de concurrencer les grandes entreprises de télécommunications et de câblodistribution.

Cette étude a examiné les différences entre les petits et moyens FSI à croissance rapide et à croissance plus lente. Les deux groupes ont semblé poursuivre des stratégies différentes.

Les FSI à croissance plus lente se sont diversifiés dans des activités non reliées à la PSI de 2000 à 2002, probablement en raison de la vive concurrence des autres fournisseurs, et leur capacité à contrôler les coûts d'exploitation leur a permis d'être rentables au cours des deux années.

À l'opposé, les entreprises à croissance plus rapide sont restées relativement axées sur leurs activités de base de PSI. De même, comparativement aux entreprises à croissance plus lente, elles ont investi davantage dans le marketing et ont sollicité plus activement et obtenu de nouveaux abonnés. Toutefois, ces démarches ne se sont pas faites gratuitement puisque, pour obtenir de nouveaux abonnés, elles ont dû assouplir leurs prix pour l'accès Internet et engager des dépenses accrues, particulièrement pour les télécommunications. Par conséquent, bien qu'ils aient réussi à accroître leur clientèle, les FSI à croissance rapide ont subi des pertes d'exploitation plus élevées en 2002 qu'en 2000.

La question de savoir laquelle des deux stratégies est « préférable » est toutefois ouverte, parce qu'il reste toujours à voir laquelle produira plus de gagnants à long terme.

Notes en fin de texte :

---

1. Le nombre de ménages canadiens utilisant Internet a augmenté de 4 % en 2002, comparativement à une croissance de 19 % en 2001 et de 24 % en 2000. Source : Statistique Canada, *Le Quotidien,* no de catalogue 11-001-XIF, le 18 septembre 2003, p. 6.

2. Les revenus d'exploitation totaux du secteur ont augmenté de seulement 13 % en 2002, par rapport à 27 % en 2001 et à 72 % en 2000. Ces chiffres diffèrent de ceux mentionnés plus loin dans l'étude, étant donné qu'ils reposent sur un sous-ensemble plus restreint de 88 entreprises qui ont répondu en détail aux enquêtes de 2000 et de 2002. Source : Statistique Canada, *Enquête annuelle sur les fournisseurs de services Internet et les autres services connexes, 2000, 2001, 2002 (CANSIM, Tableau 354-0006).*

3. La part de marché des entreprises de télécommunications et de câblodistribution titulaires a atteint 77 % des revenus tirés de la prestation de services Internet en 2002, comparativement à 60 % en 2000. Par conséquent, la part des concurrents moins importants du secteur a chuté de 40 % en 2000 à 23 % en 2002. En 2002, les revenus des concurrents moins importants ont diminué de 1,8 %, tandis que ceux de l'ensemble du secteur ont augmenté de 27 %. Source : CRTC, *État de concurrence dans les marchés des télécommunications au Canada,* novembre 2003.

4. Il faut noter que l'enquête porte uniquement sur les entreprises dont l'activité *principale*, d'après le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), porte sur la prestation de services d'accès Internet. Les entreprises de télécommunications et de câblodistribution qui fournissent un accès Internet, mais uniquement comme activité *secondaire*, sont exclues.

5. La marge bénéficiaire d'exploitation de l'ensemble des FSI et non seulement du sous-ensemble des 88 entreprises a été négative au cours des deux années : -13,9 % en 2000 et –4,9 % en 2002. Source : Statistique Canada, *Enquête annuelle sur les fournisseurs de services Internet et les autres services connexes, 2000, 2001, 2002 (CANSIM, Tableau 354-0006).*

6. Les services de traitement de données et services connexes comprennent la fourniture de services d'application (FSA), les services de stockage et de gestion des données, les services de gestion des processus de l'entreprise, les services de diffusion audio et vidéo ainsi que les services de gestion des infrastructures TI et des réseaux. Ils ne comprennent pas les services d'hébergement de sites Web, qui font partie d'une catégorie distincte pour cette étude.

7. Aux fins de l'étude, les services d'accès Internet à large bande comprennent tous les types d'accès Internet (lignes d'accès numériques, RNIS – réseaux numériques à intégration de service, et lignes en câbles coaxiaux et à fibres optiques) qui procurent des vitesses supérieures à 64 kbit/s (kilobits par seconde). Les vitesses inférieures à 64 kbit/s correspondent aux services d'accès à bande étroite, qui sont habituellement offerts au moyen de lignes téléphoniques commutées.

8. Les répondants devaient évaluer chaque obstacle potentiel à la croissance sur une échelle de un à cinq, un représentant un obstacle négligeable et cinq représentant un obstacle très important. Pour la présente étude, on a présumé que les entreprises attribuant une note de quatre ou cinq à un facteur particulier considéraient ce facteur comme étant un obstacle important à leur croissance.